

Guía Docente

ASIGNATURA: REDES SOCIALES

CURSO: 1º SEMESTRE: 1º Y 2º

GRADO: COMUNICACIÓN DIGITAL

MODALIDAD: PRESENCIAL

CURSO 2020/2021

***FACULTAD HUMANIDADES Y CC. DE LA
COMUNICACIÓN***

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.- ASIGNATURA:

Nombre: Redes Sociales		
Código: j127 - 14598		
Curso(s) en el que se imparte: 1º	Semestre(s) en el que se imparte: 1º y 2º	
Carácter: Básica	ECTS: 6	Horas ECTS: 180
Idioma: Español e inglés	Modalidad: Presencial	
Grado en que se imparte la asignatura: Periodismo, Comunicación Audiovisual, Comunicación Digital, Humanidades y Publicidad y Relaciones Públicas.		
Facultad en la que se imparte la titulación: Humanidades y Ciencias de la Comunicación		

2.- ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA:

Departamento: Periodismo
Área de conocimiento: Periodismo

2. PROFESORADO DE LA ASIGNATURA

1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

Responsable de Asignatura	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dra. Dña. Ainhoa Torres Sáez de Ibarra
Tlfno (ext):	14520
Email:	ainhoa.torressaezdeibarra@ceu.es
Despacho:	C/ Julián Romea 2 (Hub)
Perfil Docente e Investigador	
Líneas de Investigación:	Periodismo digital y medios sociales

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dra. Dña. María Alcalá-Santaella Oria de Rueda
Tlfno (ext):	14271
Email:	alcala.fhm@ceu.es
Despacho:	Paseo Juan XXIII, 3, Despacho Directores de Departamento

Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dr. D. Fernando Bonete Vizcaino
Tlfno (ext):	14250
Email:	fernando.bonetevizcaino@ceu.es

Despacho:	C/ Julián Romea, 2
Profesores	DATOS DE CONTACTO
Nombre:	Dña. Arancha Segura Martín
Email:	arancha.seguramartin@ceu.es

2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas a la asignatura, los alumnos pueden contactar con los profesores a través del e-mail, del teléfono y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

3. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Adquisición de los conocimientos teórico-prácticos y aplicación de tecnologías y sistemas necesarios para elaborar y transmitir contenidos a través de las redes sociales. Estimulación de la creatividad para planificar y producir contenidos periodísticos y comerciales en las redes sociales. Dominio y manejo de las herramientas técnicas necesarias para la transmisión de los mensajes.

4. COMPETENCIAS

1.- COMPETENCIAS:

Código	Competencias Básicas
CB1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
CB2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
CB3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
CB4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Código	Competencias Específicas
CE4	Conocer las redes de comunicaciones, su estructura, aplicaciones y servicios; y producir y gestionar la imagen y los contenidos informativos de las instituciones, medios y empresas.

2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

Código	Resultados de Aprendizaje
	Adquirir un conjunto de conocimientos teóricos y prácticos básicos para desarrollar proyectos en el entorno online.
	Desarrollar destrezas y habilidades en la gestión y creación de contenidos en las redes sociales.
	Aprender a usar distintas estrategias de producción.

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

Total Horas de la Asignatura	180
------------------------------	-----

Código	Nombre	Horas Presenciales
AF2	Seminario	30
AF3	Prácticas	30
TOTAL Horas Presenciales		60

Código	Nombre	Horas No Presenciales
AF7	Trabajo Autónomo del Estudiante	120

2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Actividad	Definición
AF2 Seminario	Actividad formativa que potencia la participación del alumno en la interpretación razonada de los conocimientos y de las fuentes del área de estudio. Se orientada preferentemente a la competencia de aplicación de los conocimientos (competencia 2 MECES), así como a la capacidad de reunir, interpretar y juzgar información y datos relevantes (competencia 3 MECES). Es representativa de las materias o actividades de perfil mixto, teóricas - práctico.
AF4 Prácticas	Actividad formativa orientada preferentemente a la competencia de aplicación de los conocimientos (competencia 2 MECES) y representativa de las materias o actividades prácticas (laboratorios, estudios de radio, platós de televisión y/o cualesquiera de los espacios propios del ámbito de la comunicación).
AF7 Trabajo Autónomo del Alumno	Actividad formativa en la que el estudiante de forma autónoma gestiona su aprendizaje a través del estudio de los materiales formativos.

6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1.- ASISTENCIA A CLASE:

- Para poder acogerse al sistema de evaluación continua es precisa la asistencia al 75% de las clases de teoría (se realizarán controles de asistencia). Ya que el alumno puede faltar el 25% del total de las clases, no se admitirán justificaciones de ausencia.
- La asistencia a las clases prácticas es obligatoria en un 100%.
- La asistencia a jornadas organizadas por la Facultad, específicas de la titulación o vinculadas a una asignatura, se considera de gran interés para la formación de los alumnos y la adquisición de competencias. Por ello, la asistencia acreditada a estas actividades podrá ser reconocida por el profesor como parte de docencia impartida.

2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

CONVOCATORIA ORDINARIA (Evaluación Continua)		
Código	Nombre	Peso
SE2	Examen parcial *	20%
SE2	Examen final *	20%
SE4	Prácticas **	30%
SE5	Trabajos**	30%
	Siguiendo las normas de la Facultad, cada falta de ortografía restará 1 punto a la calificación final, cada tilde restará 0,25 punto	

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		Peso
SE2	Examen Final: Parte teórica + Parte práctica	60%
SE5	Trabajos***	40%
	Aquellos alumnos que tengan superadas las prácticas en convocatoria ordinaria, mantendrán su calificación para convocatoria extraordinaria.	
	Siguiendo las normas de la Facultad, cada falta de ortografía restará 1 punto a la calificación final, cada tilde restará 0,25 punto	

* La obtención de una nota igual o superior a 5 en el examen final es imprescindible para superar la asignatura. Sin el aprobado de este examen, no se realizarán medias con el resto de notas del curso y la evaluación se considerará suspensa.

** La entrega del 100% de las prácticas es un requisito indispensable para superar la asignatura. No entregar todos y cada uno de los trabajos y prácticas supondrá el suspenso de la asignatura. Será imprescindible sacar una calificación mínima de 5 de media entre prácticas y trabajos para poder hacer media con el resto de la asignatura.

*** El alumno que no supere la asignatura en la convocatoria ordinaria, deberá presentarse al examen final de la convocatoria extraordinaria y entregar obligatoriamente las prácticas y trabajos que le pida el profesor para poder superar la asignatura.

3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

Sistemas de Evaluación	Definición
SE2 Examen Escrito	Tests, preguntas breves, preguntas de desarrollo, ejercicios, casos prácticos y cuestiones jurídicas.
SE4 Evaluación de Prácticas y Simulaciones	Prácticas y simulaciones.
SE5 Evaluación de trabajos	Reseñas, proyectos de investigación, informes, dictámenes

7. PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

1.- PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

PROGRAMA TEÓRICO:

Tema 1. REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN DIGITAL: EL USUARIO EN EL CENTRO DEL PARADIGMA

Tema 2. LAS REDES SOCIALES APLICADAS

Tema 3. CREACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES

Tema 4. REPUTACIÓN ONLINE Y CRISIS

Tema 5. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA DE REDES SOCIALES

PROGRAMA DE PRÁCTICAS:

Las prácticas de la asignatura tendrán como objetivo la creación de contenido para diferentes redes sociales, así como la planificación de una campaña de comunicación para las redes sociales.

8. BIBLIOGRAFÍA DE LA ASIGNATURA

1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

CHRISTAKIS, NICHOLAS (2010) *Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y como nos afectan*. Santillana. Madrid

MORENO, MANUEL (2016) *Cómo triunfar en las Redes Sociales*. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.

MORENO, MANUEL (2018) *La enciclopedia del Community Manager*. Deusto S.A. Ediciones. Barcelona

FANEGO, IVÁN (2018) *A nadie le interesan tus anuncios: Un manifiesto contra la publicidad de interrupción*. Amazon.

LANIER, Jaron. *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*,

NAVÍO-NAVARRO, MARICHÉ, PUEBLA-MARTÍNEZ, BELÉN Y GONZÁLEZ-DÍEZ, LAURA: "La comunicación publicitaria en redes sociales redefine las variables del marketing mix", en: PUEBLA-MARTÍNEZ, BELÉN; MAGRO-VELA SILVIA y RUBIRA-GARCÍA, RAINER: Comunicación y Cultura en los nuevos contextos mediáticos. Egregius, 2018.

RODRÍGUEZ, ÓSCAR (2018) *Curso de Community Manager*. Madrid. Anaya.

9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

1.- NORMAS:

Las faltas en la Integridad Académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas. |

10. MEDIDAS EXTRAORDINARIAS

En el caso de producirse alguna situación excepcional que impida la impartición de la docencia presencial en las condiciones adecuadas para ello, la Universidad adoptará las decisiones oportunas, y aplicará las medidas necesarias para garantizar la adquisición de las competencias y los resultados de aprendizaje de los estudiantes establecidos en esta Guía docente, según los mecanismos de coordinación docente del Sistema Interno de Garantía de calidad de cada título.

2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

ARRABAL, GONZALO, PEDRÓS, MARÍA y PANZANO JOSÉ (2012) *Manual SEO. Posicionamiento web en Google para un marketing más eficaz*. Bubok. Madrid.

CARR, NICHOLAS (2011) *Superficiales. ¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes?* Taurus. Madrid.

MOYA, EVA (2013) *Inteligencia en redes sociales : despertando el potencial del community manager*. UOC. Barcelona

ROJAS, PEDRO y REDONDO, MARÍA (2013) *Cómo preparar un plan de Social Media Marketing*. Ediciones Gestión 2000. Madrid.

Segovia, Adrián (2017) *La medición en plataformas sociales*. UOC. Barcelona

4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

Será útil para el alumno consultar periódicamente las siguientes direcciones web relacionadas con novedades sobre el ámbito digital:

<http://www.ticbeat.com/>

Actualidad y análisis en tecnología, tendencias y aplicaciones web, Social Media y las TIC en la empresa.

http://tecnologia.elpais.com/tag/redes_sociales/a/

Noticias sobre redes sociales incluidas en la sección de Tecnología del diario El País.

<http://www.abc.es/tecnologia/redes/>

Noticias sobre redes sociales incluidas en la sección de Tecnología del diario ABC.

<http://www.elmundo.es/tecnologia.html>

Sección de Tecnología del diario El Mundo.

<http://233grados.lainformacion.com>

Blog sobre la situación actual de los medios de comunicación. Punto de encuentro para hablar sobre medios online: iniciativas, innovación, etc.

<http://socialmediatoday.com/>

Portal de referencia sobre Redes Sociales (En Inglés)

9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

1.- NORMAS:

Las faltas en la Integridad Académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas.

CRITERIOS PARA PENALIZAR LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

Con el fin de unificar unos criterios en los que podamos basarnos a la hora de corregir la ortografía de nuestros alumnos, se seguirán los criterios fijados en su día por la Facultad: Una falta de ortografía supone un punto menos en la nota total del ejercicio realizado. Dos faltas de ortografía se penalizan con tres puntos menos. Tres faltas de ortografía suponen el suspenso de dicho ejercicio, sea cual sea su calificación en cuanto a los contenidos. Cada

falta de acentuación restará 0,25 de la calificación total.

Con la exigencia de estos criterios en los ejercicios de evaluación continua, se pretende que los alumnos tengan conciencia de la importancia que tiene un buen conocimiento de la propia lengua no solo a lo largo de su carrera sino, lo que es más importante, en el desarrollo de futuro profesional.

Se aplicará, además, lo especificado en las Normas de Comportamiento recogidas en la web de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación:
<http://www.uspceu.com/docs/facultad-de-humanidades/Presentacion/Informacion-Util/normas-de-comportamiento.pdf>